

## Rasionalitas Sales Promotion

TAFSIR ATAS PEMIKIRAN RASIONAL *SALES PROMOTION GIRLS* DAN *SALES PROMOTION BOYS*

Nurhalimah Febrianti

Program Studi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya  
imaniansifebri@gmail.com

Martinus Legowo

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya  
m\_legawa@yahoo.com

## Abstrak

SPG/SPB sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan untuk memasarkan produk secara langsung pada konsumen. Mereka memiliki beban sosial, beban ekonomi dan beban psikologis dalam bekerja. Namun, harus menerima peraturan *customer service*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service*, serta mengetahui motif yang tersembunyi dalam diri *sales promotion* dalam menerima peraturan tentang *customer service*. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Lokasi penelitian berada di "MDS" Royal Plaza. Subjek penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *purposive*. Teknik analisis deskriptif, mengacu pada teori fenomenologi Alfred Schutz dan teori pilihan rasional James S. Coleman untuk menguraikan motif SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa dalam proses penerimaan peraturan *customer service* terdapat dua kategori SPG/SPB yaitu normal dan *plus-plus* dan memiliki motif laten dan motif manifes yang dapat mengarah pada nilai ekonomi maupun nilai non ekonomi. Proses penerimaannya terdapat sebuah perlawanan namun hal ini hanya berupa dilematis internal karena mengutamakan pertimbangan rasional. Sehingga SPG/SPB memiliki sebuah strategi dan cara agar dapat mewujudkan tujuan dari sebuah tindakan yang dianggap sebagai pilihan rasionalnya.

**Kata Kunci:** Motif, SPG/SPB, Customer Service.

## Abstrak

SPG/SPB as the spearhead of the company's success to market the products directly at consumers. They have the burden of social, burden of psychological and burden of economic in the work. However, they should receive the customer service rules. Therefore, the importance of knowing how the motives SPG/SPB in accepting the rules of customer service in order to know about the hidden motives in him that can accept the rules of customer service. The research approach is qualitative descriptive and phenomenology of Alfred Schutz. Took place in the "MDS" Royal Plaza. Subjects selected using purposive technique based on old work. Collecting data by observation, in-depth interviews and participants interviews. Using descriptive analysis technique which refers to the theory and phenomenology of Alfred Schutz rational choice theory of James S. Coleman to decipher the motives SPG/SPB in accepting the rules about customer service. Results of research suggests that the acceptance process of customer service rules, there are two categories of SPG/SPB is normal and plus-plus and has a manifest motives and latent motives which may lead to non-economic values and economic values. Acceptance of process there is a resistance, but it is only in the form of internal dilemmatic because it prioritizes rational considerations. So that SPG/SPB has a strategy and a way to be able to realize the goal of an action considered as a rational choice.

**Keywords:** Motif, SPG / SPB, Customer Service.

## PENDAHULUAN

Berbagai fenomena mengenai *Sales Promotion Girls* (SPG)/*Sales Promotion Boys* (SPB) sebagai profesi yang dianggap masyarakat masih kurang baik. Sebagian besar tenaga kerja yang masuk profesi ini, mayoritas lulusan SMA yang terdesak dikarenakan belum mendapatkan pekerjaan yang layak. Jika dianalisis pekerjaan ini dianggap sangat penting dibandingkan dengan buruh-buruh pabrik (Royan, 2011:9-10).

Matahari Departement Store (yang selanjutnya akan penulis singkat menjadi "MDS") adalah salah satu *retail store*. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan *fashion* yang terkemuka di Indonesia telah membuktikan

keprofesionalitasnya dalam mengelola bisnis. Pada tahun 2008 "MDS" mendapatkan penghargaan pertisius sebagai *Indonesian Most Admired Company* (IMAC) dalam kategori *departement store* dari *Fortune Consulting Group & Bussines Week Indonesia*. Selain itu "MDS" juga menerima *Service Quality Gold Award 2008* sebagai *The Company with Best Service* dalam kategori *Departement Store* dari majalah *MARKETING & CARRE* oleh CCSL-Center for Costumer Satisfaction & Loyalty. Hal ini dikarenakan "MDS" memberikan pelayanan *retail* terbaik terutama pada peralatan dan pelayanan para pramuniaga kepada pengunjungnya (Laporan Tahunan PT "MDS" Tbk. 2010).

Suatu perusahaan atau *retail store* termasuk “MDS” mempunyai manajemen strategis. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi dapat mencapai tujuannya (David, 2009:5). Implementasi strategi membutuhkan disiplin, komitmen, dan pengorbanan personal. Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih merupakan seni dari pada pengetahuan (David, 2009:7).

SPG/SPB sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan untuk memasarkan produk secara langsung ke konsumen. Mereka merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan konsumen dan terikat berbagai aturan yang telah ditetapkan. Peraturan tersebut bersifat mengikat tingkah laku dan sikap mereka saat di tempat kerja. Sehingga banyak peraturan yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

Terdapat berbagai peraturan di “MDS”. Peraturan tersebut terdiri dari *standard costumer service*, standar penampilan dan *make-up*, peraturan tentang omset, dan berbagai peraturan lain yang harus dipenuhi demi kelangsungan hidupnya (SPG/SPB) dan keberhasilan “MDS”. Peraturan-peraturan mengenai SPG/SPB tidak hanya ditemui di “MDS”. Pada setiap *retail store* atau perusahaan-perusahaan lainnya mempunyai manajemen yang berbeda-beda dalam mempekerjakan mereka. Contohnya pada SPG di acara *event*. Seringkali menggunakan *make-up menor*, memakai seragam rok mini dan baju yang menunjukkan keseksian tubuh wanita. Hal ini dilakukan oleh perusahaan tidak semata-mata meraup profit tapi terdapat motif-motif lain karena dalam lahirnya sebuah peraturan tidak terlepas dari pengalaman dan pengetahuan aktor.

Terdapat sebuah perbedaan kepentingan dan tindakan antara pihak “MDS” dan SPG/SPB menggunakan fisik untuk meningkatkan profit melalui peraturan-peraturan yang melekat, di antaranya penampilan dan dilarang meninggalkan area sekaligus harus mencapai target omset penjualan. Hal ini sebagai suatu yang unik sehingga dalam bekerja mereka memiliki beban sosial, beban ekonomi dan beban psikologis. Beban sosial, karena penampilan SPG yang selalu menggunakan rok mini, dan *bermake-up menor* seringkali pekerjaan ini dinilai negatif oleh masyarakat dan tidak jarang mendapatkan pelecehan seksual yang dilakukan oleh *customer*. Namun disisi lain, tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya harus tetap berjalan. Sehingga hal ini mempengaruhi sisi psikologis dalam bekerja dan kehidupan sehari-harinya.

Peraturan tersebut seringkali meninggalkan aspek humanisme dari seorang manusia. SPG/SPB masih menerima semua keadaan tersebut padahal mereka telah merasakan ketidaknyamanan dalam pekerjaannya. Oleh karena itu, untuk mengetahui motif-motif dalam menerima peraturan tentang *customer service* dan motif-motif yang tersembunyi didalamnya menjadi latar belakang dari riset ini.

Maka penelitian ini lebih memfokuskan pada keingintahuan yang secara mendalam dan memahami tentang berbagai motif sebab (*because motives*) dan motif tujuan (*in order to motives*) SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service* pada “MDS”. Rumusan penelitian ini adalah bagaimana motif SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service* pada “MDS” Royal Plaza Surabaya.

## KAJIAN TEORI

Terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, bahwa fenomenologi menjadi pijakan awal dalam membangun sebuah motif terkait dengan penerimaan peraturan tentang *customer service*. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan yang berada pada paradigma definisi sosial. Teori fenomenologi mengatakan bahwa kenyataan sosial itu tidak bergantung kepada makna yang diberikan oleh individu melainkan pada kesadaran subyektif aktor (Raho, 2007:125). Perilaku apa pun yang tampak di tingkat permukaan baru bisa dipahami atau dijelaskan manakala bisa mengungkap atau membongkar apa yang tersembunyi dalam dunia kesadaran atau dunia pengetahuan aktor. Sebab, realitas itu sesungguhnya bersifat subjektif dan maknawi (Bungin, 2009:44).

Fenomenologi sebuah pendekatan yang bisa memahami dan menginterpretasikan sebuah motif dan makna tindakan tersebut yang tersembunyi di sebuah kesadaran pelaku. Sehingga motif dan makna yang tersembunyi tersebut dapat terungkap dan dipahami oleh individu lain. Schutz membagi motif interaksi menjadi dua, yaitu (1) motif karena (*because motives*) merujuk pada pengalaman masa lalu individu (aktor) karena itu berorientasi masa lalu, (2) motif untuk (*in order to motives*) merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi masa depan (Hamid, 2010:101).

Schutz berpendirian bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti (Ritzer, 2009:59). Sehingga dalam sebuah tindakan sosial, individu yang terlibat memberikan sebuah makna dan arti terhadap tindakannya. Serta individu lain dapat memahami dan menginterpretasikan sebuah tindakan yang telah dilakukan sebagai sesuatu yang penuh makna.

Faktor saling memahami satu sama lain baik antar individu maupun antar kelompok ini diperlukan untuk kerja sama di hampir semua organisasi sosial termasuk pada “MDS”. Secara singkat dapat dikatakan bahwa interaksi sosial terjadi dan berlangsung melalui penafsiran dan pemahaman tindakan masing-masing baik antar individu maupun antar kelompok (Ritzer, 2009:59).

Pada konteks penelitian ini, SPG/SPB menerima peraturan tentang *customer service* “MDS”. Hal ini memiliki sebuah *because motives* dan *in order to motives* di balik sebuah penerimaan peraturan tersebut. Keberadaan sebuah motif tersebut masih tersembunyi dalam sebuah kesadaran SPG/SPB. Menggunakan sebuah pendekatan fenomenologi, diharapkan dapat memahami,

menafsirkan dan mengungkapkan sebuah makna yang tersembunyi dari sebuah tindakan sosial mereka dalam menerima peraturan tentang *customer service* pada “MDS”.

Setiap tindakan aktor berorientasi pada sebuah pilihan rasional. Begitu pula dengan SPG/SPB dalam menerima peraturan *customer service*. Seperti orientasi pilihan rasional menurut Coleman (1990) mengenai gagasan dasarnya bahwa orang bertindak secara sengaja untuk mencapai suatu tujuan, dengan tujuan (tindakan) yang dibangun oleh nilai atau preferensi. Aktor memilih memilih tindakan-tindakan yang akan memaksimalkan keuntungan atau pemuas kebutuhan dan keinginannya (Ritzer dan Goodman, 2009:480).

Coleman (1990) menjelaskan mengenai isu perilaku kolektif dari perspektif pilihan rasional bahwa aktor secara unilateral mengalihkan kontrol tindakan mereka kepada orang lain. Ini dikarenakan aktor melakukan ini dalam upaya memaksimalkan keuntungan. Namun yang terjadi dalam perilaku kolektif, karena terjadi pengalihan kontrol unilateral, tindakan maksimalkan individu tidak selalu mengarah pada keseimbangan sistem melainkan juga ketidakseimbangan yang merupakan ciri khas perilaku kolektif (Wrihatnolo & Dwidjowijoto, 2007:110).

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memahami makna yang mendasari tingkah laku manusia (Suyanto dan Sutinah, 2005:174). Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang motif SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service* pada “MDS” Royal Plaza Surabaya. Motif menerima peraturan tersebut berdasarkan atas konteks yang melatarbelakangi berbagai motif tujuan (*in order to motives*), dan berbagai motif sebab (*because motives*) dan tindakan masing-masing individu subjek penelitian

Pengumpulan data dalam proses penelitian ini dilaksanakan dengan dua cara yakni data primer dan data sekunder. Penggalan data primer dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam serta wawancara partisipan. Penggalan data sekunder dilakukan lewat penelusuran dokumen yang terdapat pada “MDS” berupa peraturan-peraturan umum yang berada di area.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif yang mengacu pada teori fenomenologi Alfred Schutz dan teori pilihan rasional James S. Coleman, untuk menguraikan motif SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service* pada “MDS” di Royal Plaza Surabaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu *retail store* ternama dan terbesar di Indonesia, “MDS” memberlakukan semua peraturan tersebut pada SPG/SPB. Harapannya agar menumbuhkan sebuah pelayanan ideal pada *customer* dan dapat memberikan kepuasan pelayanan pada *customer*. Hal ini dikarenakan pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan dinomorsatukan oleh pihak

“MDS” Royal Plaza. Selain itu juga didukung dengan penampilan-penampilan yang rapi, cantik dan tampan sesuai standar penampilan. Asumsinya, bahwa seorang SPG/SPB harus memiliki wajah yang terlihat menarik dalam melayani *customer*.

Fenomena yang tampak dalam kehidupan sehari-hari, mereka selalu mematuhi peraturan tersebut, namun ada beberapa hal yang tersembunyi di kesadaran mereka. Terdapat motif manifes dan motif laten yang dimunculkan dari peraturan *customer service* tersebut karena terdapat berbagai motif dalam penerimaannya. Motif yang berada pada kesadaran aktor bisa dipahami dan dijelaskan, manakala bisa mengungkap atau membongkar apa yang tersembunyi dalam dunia kesadaran atau dunia pengetahuan aktor.

Motif-motif sebab merupakan motif yang merujuk pada pengalaman masa lalu individu (aktor) oleh karena itu berorientasi masa lalu. Subjek menerima peraturan *customer service* “MDS” memiliki makna dan arti bagi dirinya sendiri. Menjadi SPG/SPB “MDS” dilakukan atas dasar pertimbangan yang berhubungan dengan tindakannya. Setiap subjek memiliki motif sebab yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Perbedaan motif sebab tersebut tentunya mempunyai perbedaan latar belakang dari setiap individu-individu tersebut.

Pertama, motif-motif yang menyebabkan mereka menerima *customer service* yaitu adalah sebuah keterpaksaan. Konsekuensi dari sebuah pekerjaan sebagai pencarian pengalaman kerja yang didapatkan salah satunya yaitu harus menerima peraturan *customer service*. Jadi, mereka menganggap sebagai konsekuensi bekerja di sebuah perusahaan harus menerima peraturan *customer service*.

Kedua, anggapan sebuah pekerjaan yang ringan, mudah, dan nyaman baik bagi seorang perempuan dan laki-laki. “MDS” yang merupakan tempat yang nyaman untuk bekerja membuat mereka merasa kenyamanan dalam bekerja meskipun harus menerima serangkaian peraturan *customer service*.

Ketiga, postur tubuh yang mendukung. Mayoritas menjadi mereka telah memiliki sebuah modal fisik yang mendukung. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidup, segala tindakan dilakukan termasuk menggunakan modal fisik. Meskipun peraturan *customer service* harus diterimanya.

Keempat, *because motive* tersebut yaitu kesenangan. Terdapat motif kesenangan yang menyebabkan mereka menerima peraturan *customer service*. Pekerjaan yang identik sebagai melayani dan bertemu dengan berbagai macam karakter *customer* membuat mereka merasa senang meskipun harus menerima peraturan yang sangat banyak. Menampilkan sebuah penampilan yang menarik dihadapan *customer* dan melayani *customer* dengan baik akan memuaskan *customer*. Bekerja dengan penampilan serta pelayanan yang baik, mereka mendapatkan sebuah imbalan berupa materi dan non materi dari *customer*.

Seperti pemikiran Schutz mengenai fenomenologi, yang menekankan bahwa SPG/SPB dalam setiap melakukan tindakan identik dengan motif yang mendorong tindakan tersebut atau dikenal sebagai *in order to motives*. Motif-motif tujuan merupakan tujuan

yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi masa depan. Mereka memiliki harapan dan tujuan dalam melakukan tindakan sosial. Beberapa tindakan yang mereka lakukan, merupakan sebuah komufase dari tindakan orang lain pada masa lalu yang bersifat unik serta memiliki tujuan-tujuan dalam kehidupannya. Mereka memiliki pemahaman akan pekerjaan yang sudah menjadi pilihannya dan mereka masuk pada dunia SPG/SPB di "MDS" merupakan sebuah tujuan yang dapat menghasilkan nilai-nilai dari sebuah tindakan tersebut.

Berbagai macam motif tujuan yang ingin dicapai oleh mereka. Motif-motif tujuan dari tindakan tersebut dapat bersifat manifes dan laten. Motif manifes seperti yang tampak pada pemikiran pada umumnya. Misalnya motif manifes yaitu pertama, mengembangkan jenjang karier. Mereka dapat tetap bekerja dan dapat mencapai jenjang kariernya secara cepat. Mereka menganggap bila menerima serangkaian peraturan *customer service* dengan baik tanpa pernah melanggar peraturan hingga mendapatkan surat peringatan (SP), maka mereka akan dipromosikan menjadi seorang koordinator atau supervisor.

Kedua, menjadi SPG/SPB ideal sesuai dengan yang diinginkan perusahaan. Sehingga jika mereka menjadi sosok yang diidealkan perusahaan maka eksistensi mereka dalam bekerja diberikan sebuah penghargaan atau nilai plus, baik dari "MDS", Supplier maupun sesama rekan kerja.

Ketiga, kesenangan merupakan sebuah tujuan yang diharapkan dan ingin dicapai oleh mereka. Jika mereka menerima peraturan *customer service* dan selalu mengaplikasikannya, maka akan berpengaruh pada omset penjualan. Apabila omset penjualan dapat tercapai dan hasil penjualan maksimal maka akan mendapatkan keuntungan dari pihak *supplier* yaitu mendapatkan komisi omset, bonus dan *piece*.

Keempat, dalam penerimaan peraturan *customer service* di "MDS" Royal Plaza, mereka juga belajar untuk melayani *customer* dengan baik sesuai dengan standar yang diberikan. Meskipun berbagai macam karakter *customer*, mereka harus bisa melayani dengan baik. Hal ini merupakan sebuah tantangan dalam pekerjaan ini dan pada dasarnya semua pekerjaan, pelayanan adalah aspek yang paling penting.

Motif yang ingin mereka capai tidak hanya bersifat manifes saja tetapi juga bersifat laten karena hal ini tidak nampak dalam kehidupannya sehari-hari. Pertama, menganggap bahwa peraturan tersebut menguntungkan dirinya dan pada posisi yang nyaman. Keberadaan mereka saat bekerja yang harus berpenampilan cantik dan tampan serta melayani *customer* dengan harapan mendapatkan *fee* dari *customer*. Hal tersebut seringkali terjadi karena *customer* merasakan kepuasan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh SPG/SPB. Meskipun secara aturan mereka dilarang untuk menerima pemberian dalam bentuk apapun dari *customer*.

Kedua, peraturan *customer service* itu digunakan sebagai perantara menggait *customer* dan mendapatkan pekerjaan sampingan bagi SPG/SPB "plus". Salah satu peraturan yang memberikan standar penampilan dan

standar *make-up* seringkali digunakan sebagai perantara menggait pelanggannya. Mereka yang seperti ini melakukan tindakan untuk mencapai kepuasan dalam segi ekonomi. Pekerjaan sampingan seperti itu dipilih hanya untuk mencapai kesenangan dan kepuasan dalam hidupnya. Sehingga tidak heran jika penerimaan peraturan *customer service* memberikan sebuah kesenangan bagi diri mereka untuk mendapatkan penghasilan diluar pekerjaannya.

Ketiga, sebuah keinginan untuk diperhatikan orang lain. Saat berada di area dan melayani *customer*, biasanya mereka memberikan penampilan yang maksimal dan pelayanan yang memuaskan tidak jarang mereka mendapat pujian bahkan "ditawar" dengan harga tawaran cukup mahal untuk kencan dengan seorang *customer*. Pengakuan SPG/SPB seperti ini menggambarkan bahwa mereka mendapatkan kesenangan yang berbeda saat penampilan mereka menarik perhatian orang lain. Kesenangan yang dicapai tidak hanya sebatas seperti itu, tetapi mereka dapat berpenampilan menarik sehingga menambah kepercayaan diri mereka dalam melayani *customer*. Tidak jarang mereka dalam bekerja bertujuan "TP-TP" dan mendapatkan godaan *customer*.

Dari berbagai motif tujuan secara menyeluruh, motif-motif tersebut mengarah pada motif yang bersifat ekonomi. Pada dasarnya mereka menginginkan untuk hidup yang lebih sejahtera dalam menerima peraturan *customer* tersebut. Selain itu, juga terdapat motif yang mengarah pada non ekonomi.

Hasil temuan data di lapangan menunjukkan ada sebuah klasifikasi SPG/SPB di "MDS" Royal Plaza terkait dengan motif dalam menerima peraturan *customer service*. Klasifikasi tersebut ditemukan dua kategori yaitu SPG/SPB kategori normal dan kategori *plus-plus*. Kedua kategori tersebut memiliki sebuah motif yang berbeda dalam menerima peraturan *customer service*. Bagi mereka dalam kategori normal menganggap bahwa penerimaan peraturan *customer service* sebagai wujud sebuah konsekuensi kerja yang harus dipatuhi, tidak menyalahgunakan peraturan *customer service* untuk hal-hal yang tidak sesuai dengan tujuan perusahaan. Berbeda halnya dengan mereka dalam kategori *plus-plus* yang menjadikan sebuah penerimaan peraturan *customer service* sebagai perantara atau alat untuk mewujudkan tujuannya. Hal ini sesuai dengan Coleman (1990) yang menyatakan bahwa aktor korporat yaitu "MDS" Royal Plaza dan aktor manusia yaitu SPG/SPB memiliki tujuan, dalam sebuah organisasi aktor manusia bisa mengejar tujuan mereka yang berbeda dengan tujuan aktor korporat.

Berikut ini adalah matrik SPG/SPB dalam menerima peraturan tentang *customer service* di "MDS" Royal Plaza di Surabaya.

Tabel 1  
Klasifikasi Motif SPG/SPB dalam Menerima Peraturan  
*Customer Service*

Kategori Motif	SPG/SPB Normal	SPG/SPB Plus
Motif Manifes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pekerjaan yang nyaman.</li> <li>Mengembangkan jenjang karier menjadi koordinator atau supervisor.</li> <li>Menjadi SPG/SPB ideal sesuai perusahaan.</li> <li>Memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dirinya sendiri.</li> <li>Belajar melayani orang lain dengan baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Postur tubuh yang mendukung sebagai modal fisik untuk meningkatkan omset penjualan</li> <li>Pekerjaan yang nyaman</li> <li>Dapat berinteraksi dengan berbagai macam karakter <i>customer</i></li> <li>Memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dirinya sendiri</li> <li>Menjadi SPG/SPB ideal sesuai perusahaan</li> <li>Keinginan untuk memuaskan <i>customer</i> melalui pelayanan dan penampilan agar menjadi pelanggan</li> </ul>
Motif Laten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mendapatkan <i>fee</i> dari <i>customer</i></li> <li>Dapat tebar pesona pada <i>customer</i> atau sesama teman SPG/SPB</li> <li>Keinginan untuk diperhatikan orang lain/<i>customer</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sebagai alat atau perantara untuk menggaet <i>customer</i> dan berkenalan dengan <i>customer</i></li> <li>Keinginan untuk diperhatikan orang lain/<i>customer</i> melalui modal fisik yang dimilikinya, tidak jarang mendapat ajakan atau tawaran dari <i>customer</i>.</li> </ul>

Sesuai data yang telah ditemukan di lapangan, peraturan *customer service* memiliki daya tarik tersendiri bagi mereka. Mereka menerima peraturan *customer service* memiliki motif-motif tersembunyi dibalik sebuah kepentingan perusahaan. Kepentingan perusahaan “MDS” membentuk peraturan *customer service* karena ingin memaksimalkan pelayanan pada *customer*, memberikan sebuah standar-standar yang memang memomorsatukan pelayanan dan penampilan SPG/SPB saat di area.

Dibentuknya sebuah peraturan *customer service* telah terinternalisasi di setiap SPG/SPB “MDS”. Penerapan peraturan yang sangat lama bagi mereka yang telah lama bekerja sehingga mereka telah terbiasa menghadapinya. Bagi mereka peraturan *customer service* tersebut bersifat fungsional bagi dirinya. Peraturan yang dianggap sebagai peraturan yang ideal dan memberikan sebuah keuntungan bagi mereka yang mematuhi dan kerugian bagi mereka yang melanggar. Memang dalam proses penerimaan peraturan *customer service* ada sebuah penolakan dari mereka. Namun karena ada sebuah pilihan rasional yang lebih menguntungkan dirinya maka penolakan tersebut tidak sampai nampak di permukaan. Tetapi hanya berupa perlawanan batin terhadap dirinya sendiri dengan melakukan peredaman emosi.

Misalnya, penolakan yang dilihat dari pelanggaran-pelanggaran yang pernah dilakukan mereka yaitu mereka melakukan duduk dan bergerombol saat berada di area sehingga sering kali mendapat teguran dari *security* atau

supervisor. Menggunakan *make-up* yang kurang atau tidak sesuai standar maka harus diperbaiki agar bisa memasuki area. Menerima pemberian makanan atau *fee* dari *customer*. Memakan makanan saat berada di area. Menggunakan rok yang terlalu mini maka akan mendapatkan peringatan dari *security* dan pihak personalia dan pelanggaran-pelanggaran yang tidak diketahui oleh pihak “MDS” Royal Plaza jika terdapat SPB yang meminum minuman alkohol sebelum bekerja.

Semua pelanggaran tersebut tidak terlalu nampak ke permukaan. Semua tertutup rapi agar tidak sampai merugikan dirinya jika mereka melanggar standar-standar peraturan tersebut. Hal yang dilakukan ini bisa disebut mereka mengalami dilematis internal karena mereka pernah mengalami guncangan dalam dirinya, namun mereka redam agar tidak terjadi sebuah aksi yang lebih merugikan dirinya. Oleh karena itu, SPG/SPB memiliki preferensi dan nilai sebelum melakukan tindakan untuk menerima maupun menolak peraturan *customer service*. Mereka lebih memilih menerima karena mempertimbangkan untung dan rugi yang diterimanya.

SPG/SPB mempunyai tujuan dan maksud dalam setiap tindakannya. Dalam proses penerimaan peraturan *customer service* tersebut mereka mempunyai pilihan-pilihan dan pilihan tersebut didasarkan dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang mendalam berdasarkan kesadaran. Hal ini berdasarkan pada teori pilihan rasional Coleman yang memandang aktor sebagai manusia yang memiliki maksud dan tujuan. Artinya, aktor mempunyai tujuan dan tindakannya tertuju pada upaya untuk mencapai tujuan itu. Aktor dipandang mempunyai pilihan atau nilai atau preferensi. Dasar menentukan pilihan, aktor menggunakan pertimbangan mendalam berdasarkan kesadaran.

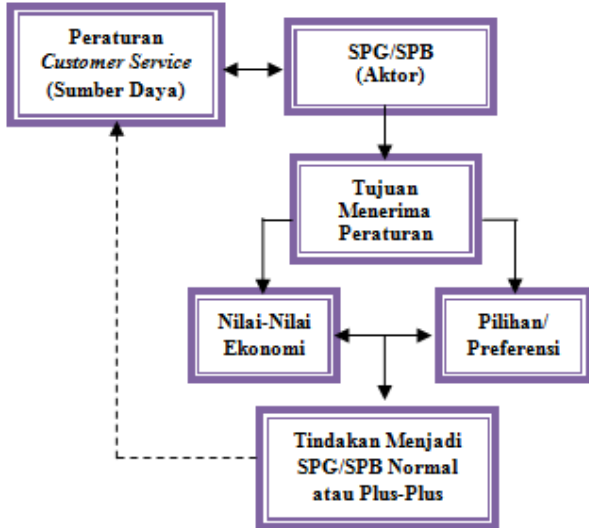
Sebagai aktor yang telah lama bekerja, mereka mempunyai strategi dan antisipasi agar dalam setiap pelanggaran tidak dapat diketahui dan tidak dikenakan sanksi oleh pihak “MDS” Royal Plaza. Oleh karena itu, peraturan tersebut terinternalisasi dengan baik dalam diri SPG/SPB “MDS” Royal Plaza.

SPG menggunakan *make-up* menor dan berpenampilan *sexy*, ini merupakan bentuk pertimbangan aktor dalam memilih mencapai tujuan sebagai upaya untuk menarik *customer*. Anggapan dari mereka, menggunakan *make-up* yang sesuai standar, wajah akan terlihat *fresh*, cantik dan tidak pucat. Tidak hanya *make-up*, penampilan yang *sexy* dan menunjukkan kelebihan tubuh merupakan salah satu upaya dari mereka. Usaha untuk mem-*permark* rok dan baju agar terlihat *pas body* dan lebih pendek agar terlihat *sexy*. Bagi SPG yang mempunyai kesenangan dalam berpenampilan *sexy* namun takut apabila ada pengawasan dari pihak “MDS” Royal Plaza, akhirnya mereka mempunyai rok cadangan yang sesuai standar atau belum di *permark* disimpan di *loker*. Menggunakan parfum yang semerbak agar *customer* lebih tertarik.

Bagi SPB, mereka lebih tampil dengan wajah yang tidak “*kumus-kumus*”, rapi, bersih, dan terlihat *macho* dikarenakan mereka yakin dengan keinginan terhadap sesuatu yaitu nilai ekonomi yang bertambah dan keyakinan terhadap tujuan-tujuan tertentu yang disusun



dalam sebuah keyakinan yang akhirnya akan menciptakan pilihan rasional pada diri mereka. Upaya-upaya tersebut berkaitan dengan menambah nilai ekonomis untuk kehidupan *Sales Promotion Girls* (SPG). Sesuai dengan Coleman bahwa aktor memilih tindakan-tindakan yang akan memaksimalkan keuntungan atau pemuas kebutuhan dan keinginannya.



Bagan 1. Proses Pilihan Rasional pada Individu Sumber: Ritzer, 2009:548

Peraturan *customer service* “MDS” sebagai sumber daya. Aktor merupakan pelaku utama aktif dan kreatif atau subyek yang sedang melakukan tindakan. Aktor dalam hal ini adalah SPG/SPB menganggap kepentingan untuk menerima peraturan *customer service* adalah sesuatu yang rasional karena upaya itu dapat menjadi efektif dengan ongkos yang rasional. Schutz juga mengatakan bahwa norma melalui sanksi atau ancaman sanksi mempengaruhi tindakan-tindakan individu. Begitu pula mereka lebih memilih menerima peraturan karena mereka lebih mempertimbangkan untung dan ruginya.

SPG/SPB sebagai aktor manusia dan “MDS” Royal Plaza sebagai aktor korporat. Dalam sebuah kepentingan perusahaan, mereka tidak dapat bertindak menurut kepentingan mereka sendiri tetapi menurut kepentingan bersama. Setiap aktor di “MDS” Royal Plaza memiliki tujuan, SPG/SPB bisa mengejar tujuan mereka yang berbeda dengan tujuan “MDS” Royal Plaza.

Gagasan dasarnya bahwa tindakan aktor dipandang mengarah pada suatu tujuan dan tujuan tersebut ditentukan oleh nilai atau pilihan (preferensi). Aktor yaitu SPG/SPB memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan atau yang memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Sumber daya sebagai sesuatu yang dapat mengontrol tindakan mereka, dalam hal ini yaitu peraturan *customer service*. Oleh karena itu, rasionalitas mereka dalam menerima peraturan *customer service* setiap aktor berbeda-beda sehingga melahirkan sebuah kategori normal dan “plus-plus”.

Nilai yang ditetapkan adalah nilai ideal dari peraturan *customer service*. “MDS” yang memberikan sebuah nilai pada pelayanan yang ideal. Upaya dalam pencapaian nilai-nilai tersebut maka mereka harus memiliki kemampuan untuk menetapkan cara atau alat serta

melakukan tindakan untuk mencapai tujuan dan maksud tersebut dengan menerima dan ataupun memberikan sebuah perlawanan terhadap peraturan *customer service* tersebut. Peraturan *customer service* “MDS” Royal Plaza sebagai sumber daya yang menarik perhatian terhadap SPG/SPB.

## PENUTUP

### Simpulan

Motif sebab (*because motives*) SPG/SPB menerima peraturan tersebut. *Pertama*, keterpaksaan. *Kedua*, anggapan pekerjaan yang nyaman. *Ketiga*, postur tubuh yang mendukung. *Keempat*, keinginan melayani orang lain dengan baik. Pekerjaan ini identik sebagai melayani dan bertemu dengan berbagai macam karakter *customer* sehingga mereka merasa senang meskipun harus menerima serangkaian peraturan *customer service*.

Setiap melakukan tindakan identik dengan motif yang mendorong tindakan tersebut (*in order to motives*). Proses penerimaan peraturan *customer service* tersebut, terdapat motif yang bersifat manifes dan laten. Motif manifes diantaranya yaitu mengembangkan jenjang karier yaitu menjadi koordinator atau supervisor, menjadi seorang yang diidealkan perusahaan, memberikan keuntungan bagi perusahaan dan dirinya sendiri. Motif laten diantaranya, mendapatkan *fee* dari *customer*; sebagai perantara untuk mendapatkan kerja sampingan yaitu sebagai SPG/SPB “plus”, mendapatkan kesenangan tersendiri dari *customer* (ditawar *customer*, “TP-TP”).

Berdasarkan berbagai motif tujuan secara menyeluruh, motif-motif tersebut mengarah pada motif yang bersifat ekonomi. Bila melihat berbagai motif penerimaan peraturan *customer service*, SPG/SPB di “MDS” dapat diklasifikasikan dalam dua kategori yaitu kategori normal dan kategori *plus-plus*.

Peraturan yang dianggap sebagai peraturan yang ideal dan memberikan sebuah keuntungan bagi mereka yang mematuhi dan kerugian bagi mereka yang melanggarnya. Memang dalam proses penerimaan peraturan *customer service* ada sebuah penolakan dari mereka. Namun, karena ada sebuah pilihan rasional yang lebih menguntungkan dirinya maka penolakan tersebut tidak sampai nampak di permukaan. Tetapi hanya berupa perlawanan batin terhadap dirinya sendiri dengan melakukan peredaman emosi. Bisa disebut mereka mengalami dilematis internal karena mereka pernah mengalami guncangan dalam dirinya, namun mereka redam agar tidak terjadi sebuah aksi yang lebih merugikan dirinya.

### Saran

Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka diharapkan pelanggaran-pelanggaran yang telah dilakukan oleh SPG/SPB seperti menyalahgunakan standar penampilan dan *make-up* untuk menggait pelanggan bagi kategori “plus”, lebih baik diminimalisir bahkan dihilangkan agar tidak memperburuk citra “MDS” Royal Plaza. Selain itu, diharapkan “MDS” Royal Plaza menumbuhkan pemahaman mengenai kesadaran dan sikap-sikap yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, melalui bahasa dan interaksi

sosial sehingga membangun sistem relevansi kolektif antara perusahaan yaitu "MDS" dan SPG/SPB sebagai satu kesatuan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, Muhammad. 2004. *Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Surabaya: UK Press.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- David, R. Fred. 2009. *Strategic Management Konsep Manajemen Strategies*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hamid, Farid. *Modul Teori Komunikasi: Teori-Teori Komunikasi Interpretif dan Kritis*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar. Universitas Mercu Buana. (Online). [kk.mercubuana.ac.id/files/94022-13-772299373715.doc](http://kk.mercubuana.ac.id/files/94022-13-772299373715.doc). Diakses 20 Oktober 2012.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Laporan Tahunan PT. Matahari Departement Store Tbk. 2010. <http://matahari.co.id/PT%20Matahari%20Department%20Store%20Tbk%20-%20Annual%20Report%202010.pdf>. (Online). Diakses 05 Oktober.2012.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ritzer, George & Goodman, J Douglas. 2009. *Teori Sosiologi: Dari Teori Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Jogjakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George. 2009. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Press.
- Royan, M. Frans. 2009. *The Real Sales Management Series; Boosting Sales Promotion Girl Performance*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial, Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Wrihatnolo, R Randy & Dwidjowijoto, N Riant. 2007. *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

